



ÍNDICE

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.

- 1.1 Planteamiento del problema.
- 1.2 Objetivo general.
- 1.3 Objetivos específicos.
- 1.4 Justificaciones.
- 1.5 Alcances y limitaciones.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .

- 2.1 Comportamiento del consumidor en los servicios.
- 2.2. Proceso de toma de decisiones.
 - 2.2.1 Factores externos.
 - 2.2.2 Factores internos.
- 2.3 Psicología ambiental.
- 2.4 Place attachment.
 - 2.4.1 Place dependence.
 - 2.4.2 Place identity.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.

- 3.1 Introducción.
- 3.2 Tipo de investigación.
- 3.3 Sujetos de estudio.
- 3.4 Tamaño de la muestra.
- 3.5 Instrumento de medición.
- 3.6 Procedimiento.
 - 3.6.1 Aplicación piloto del instrumento.
 - 3.6.2 Recolección de datos.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.

- 4.1 Análisis demográfico.



4.2 Análisis del proceso de toma de decisiones.

4.3 Análisis de la variable place attachment.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 Conclusiones.

5.2 Recomendaciones.

BIBLIOGRAFÍA.

ANEXO A: Instrumento de medición.

ANEXO B: Tablas STATVIEW.

ANEXO C: Tablas SPSS.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.1: Lugar elegido para vacacionar en el mes de diciembre.

Tabla 4.2: Viajes realizados.

Tabla 4.3: Media, moda y desviación estándar de las variables de place attachment.

Tabla 4.4: Porcentaje de la variación explicada por los factores.

Tabla 4.5: Matriz rotada.

Tabla 4.6: Identificación de los factores.

Tabla 4.7: Composición de cada factor y su título.

Tabla 4.8: Estadística descriptiva de las variables place attachment.

Tabla 4.9: Análisis de place attachment y el género de los encuestados.

Tabla 4.10: Análisis de place identity y el género de los encuestados.

Tabla 4.11: Análisis de place dependence y el género de los encuestados.

Tabla 4.12: Análisis de place attachment y las veces al año que visita el lugar elegido

Tabla 4.13: Análisis de place identity y las veces al año que visita el lugar elegido.

Tabla 4.14: Análisis de place dependence y las veces al año que visita el lugar elegido.



Tabla 4.15: Análisis de place attachment y los viajes realizados en diciembre.

Tabla 4.16: Análisis de place identity y los viajes realizados en diciembre.

Tabla 4.17: Análisis de place dependence y los viajes realizados en diciembre.

Tabla 4.18: Análisis de place attachment y los viajes realizados durante el año.

Tabla 4.19: Análisis de place identity y los viajes realizados durante el año.

Tabla 4.20: Análisis de place dependence y los viajes realizados durante el año.

Tabla 4.21: Análisis de place attachment y los motivos para elegir el lugar.

Tabla 4.22: Análisis de place identity y los motivos para elegir el lugar.

Tabla 4.23: Análisis de place dependence y los motivos para elegir el lugar.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1: Modelo de toma decisiones del consumidor.

Figura 2.2: Rol de necesidades en el comportamiento del consumidor.

Figura 2.3: Escala de necesidades de Maslow.

Figura 4.1: Edades de las personas encuestadas.

Figura 4.2: Número de integrantes en la familia.

Figura 4.3: Profesión y ocupación de las personas encuestadas.

Figura 4.4: Veces al año que visita el lugar elegido.

Figura 4.5: Número de veces que la persona encuestada viaja al año.

Figura 4.6: Medio por el cual se obtuvo información acerca del lugar elegido.

Figura 4.7: Tiempo de anticipación con el cual se planeó el viaje.

Figura 4.8: Presupuesto aproximado para el viaje.

Figura 4.9: Personas involucradas en la toma de decisión.

Figura 4.10: Motivación al elegir el destino turístico.